

# Raadsvoorstel

## Aan de raad van de gemeente Sliedrecht

Zaaknummer: 1091089	Sliedrecht, 22 oktober 2013
---------------------	-----------------------------

### Onderwerp:

Integraal reclamebeleid gemeente Sliedrecht

### Beslispunten

1. Het reclamebeleid Sliedrecht vast te stellen, als onderdeel van het welstandsbeleid
2. Hiervoor de objectcriteria voor reclames uit de Welstandsnota 2011 per 1 januari 2014 te laten vervallen
3. Het reclamebeleid Sliedrecht in werking te doen treden op 1 januari 2014

### Samenvatting

Voorgesteld wordt integraal reclamebeleid vast te stellen. In dit reclamebeleid zijn criteria opgenomen die maatgevend zijn voor alle reclametoepassingen op particulier terrein en in de openbare ruimte. Het reclamebeleid geldt voor vergunningvrije reclame en vergunningsplichtige reclames uit de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht(Wabo) en de desbetreffende voorschriften uit de Algemene plaatselijke verordening(APV)

### Inleiding

Bestuurlijk is de wens uitgesproken om een integraal reclamebeleid op te stellen voor de gemeente Sliedrecht. Met name op de bedrijventerreinen vindt er een verrommeling plaats van reclame uitingen en ontbreekt het aan een adequate handhaving en mogelijkheden om de ruimtelijke kwaliteit een positieve impuls te kunnen geven. Voor reclametoepassingen in de openbare ruimte is er op dit moment geen beleid vastgesteld behoudens voor de sandwichborden en spandoeken.

Na een inventarisatie zijn er een aantal uitgangspunten geformuleerd en is opdracht verstrekt aan Stichting Dorp Stad & Land (welstandscommissie/adviseurs ruimtelijke kwaliteit).

Het eerste concept is ambtelijk en bestuurlijk beoordeeld en gepresenteerd in de Commissie economische ontwikkeling. Hierna heeft nog een afstemming en aanvulling van het reclamebeleid plaatsgevonden.

Vervolgens heeft het reclamebeleid in het kader van de gemeentelijke inspraakverordening vanaf vrijdag 28 juni 2013 gedurende zes weken ter inzage gelegen in het gemeentekantoor van de gemeente Sliedrecht. In deze periode heeft een ieder de mogelijkheid gekregen een reactie in te dienen op het concept reclamebeleid.

## **Motie gemeenteraad verhuur rotondes**

In de raadsvergadering van 7 mei 2013 heeft de raad het college opgedragen te komen met voorstellen om Sliedrechtse rotondes te verhuren. Eerder heeft de gemeenteraad besloten in de ombuigingsvoorstellen van de 'Brede Doorlichting 2012 en verder' tot het toepassen van onderhoudsarme inrichting op de rotondes.

Hierdoor kon een besparing worden gerealiseerd door als gemeente de omvorming en het onderhoud van rotondes niet meer zelf uit te voeren maar hier adoptanten voor te vinden. Het college heeft op 13 september 2011 besloten de omvorming uit te voeren zoals afgesproken bij de Brede doorlichting en het onderhoud van rotonden *niet* uit te willen besteden.

Inmiddels zijn de rotondes omgevormd en wordt het onderhoud (geraamd op circa €700,00 per jaar per rotonde) door de eigen plantsoendienst uitgevoerd. Met de Memo van 31 mei 2013 heeft het college uit een vijftal opties gekozen voor de optie tot het uitbesteden opzetten en acquisitie verhuur reclame op rotonden aan commerciële bedrijven. Deze optie wordt het meest gekozen door gemeenten en levert inkomsten op van €1000,- per rotonde.

Het door u vast te stellen reclamebeleid voorziet in de mogelijkheid voor het plaatsen van reclames op rotondes voor naamsvermelding van bedrijven en vergelijkbare commerciële reclame.

## **Beoogd effect**

Te komen tot integraal beleid voor alle reclametoepassingen op particulier terrein en de openbare ruimte in Sliedrecht. Het reclamebeleid is een onmisbaar uitgangspunt voor adequate vergunningverlening en handhavingprogramma, en is het juridisch kader in een handhavingstraject.

## **Argumenten**

### *1.1 De raad is bevoegd nieuw beleid vast te stellen*

De bevoegdheid om nieuw beleid vast te stellen ligt bij de raad. Hiervoor is na inventarisatie een reclamebeleid opgesteld en ambtelijk en bestuurlijk beoordeeld en afstemming geweest met betrokken partijen. Het reclamebeleid heeft de wettelijke procedures doorlopen en is gereed om door de raad vastgesteld te worden.

### *1.2 Eén beleidsdocument geeft overzicht en heldere uitgangspunten*

Door het gehele reclamebeleid voor zowel het Wabo- en het APV gedeelte in één document te plaatsen vindt er een integrale afstemming plaats van het reclamebeleid. Dit geeft overzicht voor zowel de uitvoerende organisatie als ook partijen die zich aan deze uitgangspunten moeten houden. Verder vergemakkelijkt één beleidsdocument het tot stand laten komen van een integraal handhavingprogramma.

### *1.3 Reclamebeleid voor de openbare ruimte geeft juridisch kader voor adequate handhaving*

In de Algemene plaatselijke verordening (APV) wordt voor reclame in de openbare ruimte verwezen naar de welstandsnota. Hierin zijn echter geen criteria opgenomen voor reclames in de openbare ruimte waardoor het juridisch kader ontbreekt voor wat betreft handhaving. Door het opstellen van integraal reclamebeleid dat onderdeel gaat uitmaken van het welstandsbeleid wordt het juridisch kader gewaarborgd.

### *1.4 De ingediende inspraakreacties zijn behandeld*

Het concept-reclamebeleid heeft vanaf vrijdag 28 juni 2013 gedurende zes weken ter inzage gelegen in het gemeentekantoor van de gemeente Sliedrecht. In deze periode heeft een ieder de mogelijkheid gekregen een reactie in te dienen op het concept reclamebeleid. Tijdens deze periode zijn 2 inspraakreacties ontvangen. De inspraakreacties zijn samengevat en van een reactie voorzien in de bijgevoegde 'Notitie inspraak'. Eén ingediende inspraakreactie heeft geleid tot een kleine aanpassing

van het reclamebeleid in hoofdstuk 4 'reclame in de openbare ruimte' op het onderdeel 'spandoeken'. Voor meer informatie over de inspraakreacties wordt naar de 'Notitie inspraak' verwezen.

### *2.1 De welstandsnota zal op onderdelen moeten worden aangepast*

Het reclamebeleid zal als welstandbeleid moeten worden vastgesteld. Dit betekent dat de objectcriteria voor wat betreft reclames in de huidige welstandsnota komen te vervallen, gelijktijdig met de inwerking treden van het nieuw vast te stellen reclamebeleid.

### *3.1 Met de inwerkingtreding van het reclamebeleid wordt het beleid geëffectueerd*

Nadat besloten is het reclamebeleid vast te stellen zal deze per 1 januari 2014 in werking treden. Hiermee wordt het vastgestelde beleid geëffectueerd en zal kaderstellend worden voor handhavingzaken en vergunningverlening.

## **Kanttekening**

### *1.1 vastgesteld reclamebeleid heeft een relatie met het handhavingsbeleid*

Door het reclamebeleid vast te stellen wordt niet van zelf het beeld gecreëerd zoals het beleid voorschrijft. Nieuwe vergunningsaanvragen worden getoetst aan de criteria van het beleid en zal op termijn het gewenste resultaat opleveren. De huidige excessen en buitensporige reclame die veelal zonder toestemming zijn geplaatst zullen via een hogere prioriteitstelling in het handhavingprogramma aangepakt kunnen worden.

In het huidige handhavingsbeleid is de prioriteitstelling gebaseerd op basis van een risicoanalyse. Hierbij hebben acute veiligheids- en/of gezondheidsrisico's de hoogste prioriteit gekregen. Handhaving op reclamedoeleinden heeft hierin een lagere prioriteit, tenzij dit uiteraard een gevaarlijke situatie oplevert.

Indien handhaving binnen het huidige budget moet plaats vinden, en handhaving voor reclamedoeleinden een hogere prioriteit moet krijgen zullen er keuzes gemaakt moeten worden wat gevolgen zal hebben op de huidige prioriteiten voor wat betreft veiligheids- en gezondheidsrisico's.

## **Kaderstellende en controlerende aspecten t.b.v. de gemeenteraad, uitgesplitst in:**

- **Financiële kaders**  
N.v.t.
- **Wettelijke en Beleidskaders, eventueel inhoudelijke/ruimtelijke kaders**  
Woningwet, Wet algemene bepalingen omgevingsrecht en de Algemene plaatselijke verordening.
- **Tijdspad, monitoring en evaluatie m.b.t. voorgesteld raadsbesluit**  
De werking van het reclamebeleid na 1 jaar te evalueren met de betrokken ondernemers van de Commissie economische ontwikkeling.

## **Communicatie**

De commissie economische ontwikkeling is betrokken geweest bij het tot stand komen van het reclamebeleid. Verder heeft het reclamebeleid in het kader van de inspraak gedurende 6 weken ter inzage gelegen. De indiener van een inspraakreactie wordt schriftelijk bericht over de behandeling van hun inspraakreactie. De kennisgeving van het besluit tot vaststelling van het reclamebeleid wordt gepubliceerd in Het Kompas en op de website van de gemeente.

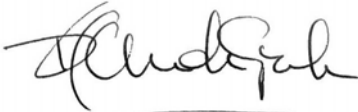
## **Vervolg**

N.v.t.

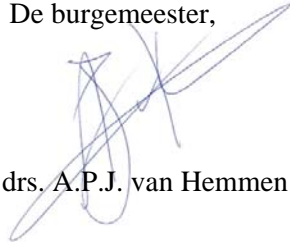
**Eerdere besluiten/behandeling raad**

N.v.t.

Burgemeester en wethouders van Sliedrecht,  
De secretaris, De burgemeester,



mr. D.G.C. van der Spek



drs. A.P.J. van Hemmen

**Bijlage(n):**

Conceptraadbesluit met de volgende bijlagen:

1. Notitie inspraak, augustus 2013
2. Reclamebeleid, oktober 2013
3. Welstandsnota Sliedrecht 2011, wijziging oktober 2013